

第10章 フィリピンの対中経済関係と中国製品の流通

著者	福島 光丘
権利	Copyrights 日本貿易振興機構（ジェトロ）アジア経済研究所 / Institute of Developing Economies, Japan External Trade Organization (IDE-JETRO) http://www.ide.go.jp
シリーズタイトル	研究双書
シリーズ番号	549
雑誌名	中国・ASEAN経済関係の新展開：相互投資とFTAの時代へ
ページ	319-353
発行年	2006
出版者	日本貿易振興機構アジア経済研究所
URL	http://hdl.handle.net/2344/00011935

第10章

フィリピンの対中経済関係と中国製品の流通

福島 光丘

はじめに

フィリピンには70～100万人の中国系フィリピン人がいるとされるが、このうち90%はフィリピン生まれの第2、第3世代であり、また人口の約10%は中国人を祖先に持つとされている。しかし、フィリピンと中国との経済関係は他のアジア諸国に比べそれほど緊密ではなかった。歴代の政府は、「一つの中国政策」を表明する一方で、むしろ戦後に緊密化した台湾との経済関係を重視してきた。1990年代に入ると中国との貿易は急速に拡大し始め、今では台湾を凌ぎつつある状態にある。安価な雑貨・衣料品等の中国製品が大量に流入し、ローエンド市場では国産品および他のアジア諸国からの輸入製品に取って代わった。中国のWTO加盟は、農業を含むフィリピンの産業界にも中国に対する警戒と脅威の認識を改めて強めた。特に2002年のASEAN・中国FTA枠組み協定に基づく「アーリー・ハーベスト」に対しては農業部門から強い反対が繰り返し表明された。

フィリピン政府は、ラモス政権期の1990年代にそれまでの保護主義と自由化との混合型政策から自由化へと明確に転換し、関税引き下げおよび投資の自由化を積極的に推進してきた。強まる産業保護の要求に対して政府は、一部の製品の関税引き上げ、ダンピング関税や相殺関税を課すなど、保護主義への後退を余儀なくされている。

本章では、フィリピンと中国との経済関係の現状と中国経済の影響を分析し、その問題点および展望を試みる。最初に対中貿易の構造、投資の現状を検討し、次いで農業と問題産業および家電産業を取り上げその現状および政府と産業界の対応を分析する。最後に、中国との FTA 交渉を概観する。

第1節 急速に発展する対中国貿易

中国との貿易は、古くは9世紀に遡るが、第二次大戦後はマルコス政権下の1975年に両国間の国交開設とともに再開された。当初、貿易は、協定に基づき国営商社の管理下に置かれ、品目数も取引額も小規模であった。しかし、1990年代に先進国企業の中国への進出が活発化するに伴い、輸出入ともに急速に拡大し始めた。2003年現在、中国は輸出では第6位、輸入では第7位の貿易相手国となった。中国との貿易構造は電子機器のシェア拡大を主因として大きく変化したが、外資企業の大規模な国外への移転が起きない限り、今後もこの傾向が続くことはほぼ確実である。

1. 重要性を増す中国市場

1981年に輸出総額57.2億ドルに対し対中輸出額は7800万ドル、1.4%、輸入総額79.5億ドルに対して対中輸入額は2.0億ドル、2.5%にすぎなかった⁽¹⁾。以後、(1)1991年までの10年間に輸入の増加は年平均1.4%と輸出総額の4.3%を大きく下回ったが、輸出は総額の4.5%を上回る5.1%で増加した。輸入シェアは1.9%に低下、輸出シェアは1.5%に若干上昇した。次いで、(2)1990年代前半には輸出入ともに平均を上回る増加率を記録し、1996年の輸入シェアは2.1%に、輸出シェアは1.6%となった。さらに、(3)1990年代後半以降の増加は目覚ましく、1996-2003年に輸入の増加率は平均の2.3%に対し15.0%、輸出は8.4%に対し30.8%に達し、産油国以外では輸出入ともに最も高い増加率

であった。2003年の対中国の輸入シェアは4.8％，輸出シェアは5.9％に，それぞれ2.3倍，3.7倍に上昇した。

その結果，慢性的な赤字を累積してきた対中貿易収支は2002年に初めて黒字に転じ，2003年に黒字幅は3.5億ドルに拡大した。同時に，間接的な対中貿易の窓口とされる対香港貿易も，低調な輸入（2.4％）を大きく上回る輸出（19.9％）の増加によって，1998年以降に黒字幅が拡大し，2003年には14.9億ドルに達した。類似の傾向は他のASEANおよび韓国，台湾との貿易にもみられる。ただし，それらの場合1990年代後半以降に輸入増加率が前半の20％以上から約4％に大きく低下し，輸出の伸びも同20％台からほぼ半減しているのに対し，対中輸出は加速している点に特徴がある。

全体として1980年代以降にアジア諸国との貿易が活発化した結果，対日輸入シェアが1996年の22.4％から2003年には20.3％に低下したのに対し，日本を除くアジア諸国との輸入シェアは30.2％から38.3％に，他方，輸出シェアはそれぞれ17.9％から15.9％に低下，25.6％から43.5％に上昇した。このようにアジア市場の重要性が高まるなかで，特に急速に発展する中国との経済関係の緊密化は国家経済の発展にとって脅威として回避すべきではなく，共存共栄の道を見いだすべき課題となっている。

2. 貿易構造の変化

以上のような比中貿易の発展の背景には，既述の市場構造の変化に加えて，特に1990年代後半以降における貿易品目の構造変化をみることができる。はじめに輸出についてみることにする（表1参照）。フィリピンの貿易統計の分類（PSCC）は，消費製造品（CM），食料・調整品（FFP），資源ベース製品（RBP）および工業製造品（IM）に大きく分けられる⁽²⁾。輸出全体の4分類の構成をみると，CMは1995年の23.6％から2003年に9.7％に，FFPは7.7％から4.3％に，RBPは14.6％から6.1％に，そのシェアは半分以下に低下したが，IMのシェアは50.3％から74.7％に大きく拡大している。しかし，対中

表1 中国への輸出

	1995	1996	1997	1998	1999
輸出総額 (100万ドル)	17,447.19	20,542.55	25,227.72	29,496.35	35,032.67
対中輸出額 (100万ドル)	213.97	327.92	244.41	343.68	574.81
消費製造品 (%)	1.86	2.44	3.34	2.25	2.83
食料・調整品 (%)	11.03	11.68	11.54	11.99	4.75
資源ベース製品 (%)	74.59	66.86	61.05	41.53	34.08
工業製造品 (%)	9.69	11.25	18.49	37.11	52.45

(出所) Department of Trade and Industry ウェブサイト (<http://www.dti.gov.ph/>) のデータベースしたもの。

国輸出では4分類すべてでシェアが拡大しているという特徴がみられる。

対中国輸出額のうち、1995年にはCMのシェアは1.9%であったが、2003年には0.6%に、同じくFFPは11.0%から2.4%に、なかでもRBPは74.6%から15.0%に大きく低下した(表1参照)。これに対して、IMは9.7%から75.8%に大きく上昇した。前2者のシェアは1998年前後までは幾分増加し、以後低下に転じた。シェアの変化はほとんどRBPとIMとの間で連続的に生じたものであった。

ただし、この変化はIM以外の3分類品目の輸出額が減少したためではない。CMとRBPでは同分類の輸出総額が減少したにもかかわらず、FFPとともに、その対中輸出は総輸出に近い、またはそれを上回る増加率で増加を続けている(それぞれ年平均、15.6%、9.1%、10.1%、総輸出は9.6%)。構造変化の主因は1995～2003年の期間に対中国のIM輸出が急成長したことによるものであった。IM全体の輸出は年平均15.1%の高率で増加したが、その対中国輸出が年平均72.5%もの極めて高い増加を記録した結果であった。

4分類の対中国輸出は、すべて各分類の輸出総額の増加率を大きく上回って増加した結果、それぞれの分類の輸出総額に占めるシェアは上記期間中に、CMは0.1%から0.4%に、FFPは1.8%から3.3%に、RBPは6.3%から14.6%に、IMに至っては0.2%から6.0%に急拡大した。

他方、輸入構造にも類似の、しかしこちらは小規模な変化が生じている(表2参照)。輸入全体の4分類の構成では、CMは1996年と2003年ともに4.0

： 4 大分類別シェア

2000	2001	2002	2003	95-03増加率(%)	96-03増加率(%)
38,077.95	32,150.20	35,208.16	36,231.21	9.56	8.44
663.26	792.76	1,355.83	2,144.65	33.39	30.77
2.77	2.16	1.01	0.59	15.57	6.76
7.71	5.74	3.15	2.38	10.12	4.19
28.39	20.88	15.29	14.97	9.14	0.00
57.20	62.16	72.83	75.77	72.49	71.72

スのデータから筆者が作成。データベースは National Statistics Office の原データを DTI が加工

表 2 中国からの輸入： 4 大分類別シェア

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	96-03増加率(%)
輸入総額 (100万ドル)	33,028.72	35,933.82	29,659.88	30,723.14	34,490.87	33,057.16	35,426.51	37,496.50	1.83
対中輸入額 (100万ドル)	684.20	871.59	1,198.89	1,038.43	785.95	975.02	1,251.73	1,797.49	14.80
消費製造品 (%)	7.14	8.76	5.95	11.72	12.81	10.19	10.34	8.94	18.54
食料・調整品 (%)	8.83	15.23	35.32	14.77	11.30	8.76	9.10	8.79	14.71
資源ベース製品 (%)	28.62	19.19	12.92	14.86	25.19	24.27	22.76	20.76	9.65
工業製造品 (%)	55.28	56.56	45.55	43.21	50.16	55.98	56.13	59.59	16.03

(出所) 表 1 に同じ。

%と変わらず、FFP は6.7%から5.8%に、RBP は18.5%から16.7%に幾分低下した。ただし、後 2 者から変動の大きい穀類と石油を除くと、両者は緩やかに縮小していることがわかる。一方、IM は、68.4%から71.1%に緩やかに拡大している。

1996～2003年に対中国輸入額シェアにおいては、FFP と RBP では低下傾向が、CM では幾分上昇傾向がみられるが、年による変動が大きい。しかし、IM のシェアは1996年の55.3%から2003年には59.6%に、輸出に比べ緩やかであるが、拡大している。

対中国輸入の品目構造の変化は小規模であるが、各 4 分類の輸入総額に占める対中国シェアはほぼ着実に拡大している。これは、対中輸入が主要国中で最も高い増加率 (14.8%、総輸入は1.8%) を記録した結果であり、期間中に CM は3.7%から10.7%に、FFP は2.7%から7.3%に、RBP は3.2%から6.0%に、IM は1.7%から4.0%に、ほぼ 2 倍前後に拡大した。輸出との基本的な違いは、IM の年平均増加率が16.0%と、ほぼ 5 分の 1 の低い率に留まって

いることにある。

3. 急増する電子機器の輸出

貿易構造の変化の主要因はIMの輸出入、特に輸出の急成長にあるが、その構成品目をみると電子機器が飛び抜けて高い成長を続けていることがわかる。1995～2003年の期間の年平均増加率をみると、その他の主要品目も建設資材を除いて各品目の総輸出額を大きく上回っているが、電子機器の場合は、同製品輸出総額の増加率16.9%に対して、102.2%を記録している。その結果、電子機器の対中国IMに占めるシェアは27.0%から96.4%に拡大、同様に対中総輸出では僅か2.6%から77.1%に達するに至った（表3）。さらに、電子機器輸出総額に占めるシェアも僅か0.1%から6.5%に大きく拡大し、中国は電子機器の輸出先としてシンガポールに次ぐ8位に浮上した。

電子機器のなかでは、2003年にそれぞれ輸出全体の47.0%、15.6%を占め

表3 中国への輸出：工業製造品の対輸出総額シェア

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	95-03増加率	96-03増加率
工業製造品	9.69	11.25	18.49	37.11	52.45	57.20	62.16	72.83	75.77	80.87	72.49	15.13
電子機器	2.62	2.97	7.67	30.17	47.75	51.42	56.39	68.72	73.00	77.11	102.20	16.94
半導体	1.75	1.62	5.62	19.76	40.18	39.75	45.27	55.69	43.52	44.48	99.31	14.85
電子データ処理装置	0.38	1.12	1.06	9.73	6.83	9.45	9.40	10.70	25.89	29.60	126.37	37.58
事務機器	0.00	0.05	0.60	0.21	0.06	0.73	0.34	0.65	0.88	0.73		139.26
医療・工業用器械	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.02		78.29
制御・計測装置	0.00	0.00	0.00	0.00	0.11	0.00	0.00	0.04	0.01	0.01	165.19	16.26
通信機器・レーダー	0.05	0.00	0.02	0.04	0.08	0.12	0.10	0.07	0.01	0.16	8.00	15.32
電気通信機器	0.06	0.01	0.10	0.20	0.05	0.11	0.12	0.14	0.09	0.08	41.56	-10.00
自動車用電子機器	0.00	0.00	0.09	0.00	0.12	0.61	0.14	0.37	0.09	0.06		9.10
家庭用電子機器	0.38	0.16	0.18	0.22	0.32	0.65	1.02	1.08	2.52	1.96	68.73	5.46
機械・輸送機器	2.45	2.50	2.37	2.78	1.60	1.54	1.93	1.54	1.02	1.97	19.48	13.13
金属製造品	0.05	2.94	0.74	0.40	0.07	0.13	0.08	0.04	0.07	0.11	37.09	10.36
建設資材	1.17	0.76	1.13	1.07	0.04	0.26	0.08	0.08	0.02	0.05	-19.60	3.43
化学品	2.49	1.54	5.93	2.06	2.42	3.08	3.16	2.01	1.38	1.39	23.93	1.27
その他	0.90	0.55	0.65	0.63	0.56	0.77	0.53	0.44	0.28	0.25	15.13	-4.68

（出所） 表1に同じ。

る半導体・部品と電子データ処理装置が重要である。フィリピンは2003年には世界の半導体需要の12%を供給しているとされる。それらの対中国輸出は2003年には対中国輸出総額の43.5%、25.9%を占めた。また、それぞれの品目の輸出総額に占めるシェアも0.1%から5.5%に、0.2%から9.8%に拡大した。これらに次ぐものとして、家庭用電子機器がある。その対中国輸出総額シェアは2003年で2.5%にすぎないが、同品目の輸出総額の10.1%を占めている。

他方、対中国の工業製造品の輸入構造でも小規模ではあるが、同様の変化が生じた。ただし、電子機器のシェアが1996～2003年期間中に6.9%から24.8%に3.6倍に増加する一方で、他品目はシェアを減らした。しかし、ここでもほとんどの品目が、一部は輸入額の減少にもかかわらず、それぞれの品目の輸入総額におけるシェアを伸ばしている。

電子機器では、やはり半導体・部品と電子データ処理装置のシェアが高く、それぞれ対中国輸入額の9.4%、10.2%を占める。また、両者のそれぞれの輸入総額に占めるシェアは1.1%から2.7%に、1.0%から5.7%に増加したが、輸出に比べかなり低い。これは、両者の年平均増加率が、それぞれ39.7%、55.1%と輸出に比べかなり低かったためで、電子機器のそれも37.8%に留まった。家庭用電子機器は対中輸入総額の3.0%で、同品目の輸入総額の11.0%を占める。

以上のような電子機器の輸出入の急増による対中国の貿易構造の変化は、全体としては電子機器プラントの新・増設による中国向けの生産拡大によるものとみられるが、今ひとつは、アメリカ向け輸出の一部が中国向けに振り替えられたことも一因ではないかと考えられる。半導体の対中輸出額は1996～2003年の間に年平均14.9%で増加し、その対総輸出シェアは32.2%から47.0%に拡大している。電子データ処理装置も同様に、37.6%増加し、シェアは2.5%から15.6%に拡大した。両者ともに対中国輸出が特に急増したのは、ほぼ2001年以降であり、ほぼ同時期に対米輸出シェアの低下が始まっている。以下のように、委託加工の変化がこれを示していると考えられる。

半導体・部品の輸出のうちほぼ55%以上が委託加工によるもので、中国向けの場合は2001、2002年で約66%（2.3億ドル、5.0億ドル）、2003年では86%（8.0億ドル）が委託加工によるものであった。他方で、半導体のアメリカ向け委託加工輸出は、金額およびシェアともに、2000年をピークに大きく低下し、金額は32.8億ドルから2003年には12.3億ドルに約6割も減少した。

半導体・部品の輸入増加は、この輸出の増加に対応するものとみられる。半導体の生産に使用される IC 部品の輸入は2003年で39.2億ドルに達する。このうち60.1%がアメリカからの輸入であるが、中国からの輸入は2003年に前年比8倍に急増し8986万ドル、シェアは2.3%となった。次いで輸入額の大きい単層 IC の輸入額は同年に10.6億ドルで、日本・韓国からの輸入が48%を占める。中国からの輸入は前年比2.6倍増加、シェアは前年の1.6%から2.8%に上昇した。これらはまだシェアは低いが、今後引き続き増加が見込まれる。

電子データ処理装置の全体の輸出（2003年56.6億ドル）は、主にストレージ機器（22.2億ドル）、部品・アクセサリ（16.4億ドル）、携帯型 PC（14.1億ドル）、入出力機器（3.9億ドル）から構成される。2003年の輸出額は、全輸出および対中輸出ともにこの順番で大きく、それぞれの対中国輸出シェアは16.3%、7.4%、3.9%、0.3%であった。ストレージ機器と携帯型 PC の輸出は2000年に輸出が開始された新しい品目である。東芝フィリピンは2000年4月に月10万台規模で携帯 PC の本格生産を開始している。他方で、入出力機器の輸出が2001年以降90%近く減少したが、これは松下モバイル通信がフロッピーディスクドライブの生産設備を中国に移転したことが理由とみられる。

他方、電子データ処理装置の全体の輸入（2003年32.4億ドル）では、部品・アクセサリ（30.5億ドル）が94.2%とほとんどを占め、入出力機器（0.9億ドル）とストレージ機器（0.5億ドル）が続く。それらの中国からの輸入（1.8億ドル、5.7%）でも前2者がそれぞれ77.5%、20.3%とほとんどを占める。

4. 改善した対中国貿易収支

対中貿易は2002年に初めて1億410万ドルの黒字を記録した。これはほとんどが電子機器の輸出の急速な拡大によるものであった。電子機器の収支は1998年に初めて黒字に転化し、以後も黒字額の拡大に寄与している。ただし、電子機器のなかでも2003年にその収支が黒字であるのは、半導体・部品、電子データ処理装置、事務機器、自動車用電装品および電子家電製品だけで、残りの4つの小分類品目は依然として赤字である。工業製造品のその他の5つの中分類品目も少なくとも1996年以降すべて赤字を記録していて、むしろ赤字幅は拡大傾向にある。

対世界の貿易収支は1996年以降では1999、2000年を除き赤字であるが、赤字幅は縮小傾向にある（表4）。4大分類でみると、CMは緩やかな縮小傾向にあるが20～27億ドルの黒字を維持し、IMは1998年に黒字に転化、2001年以降は大きく縮小しているが黒字を維持している。しかし、他の2大分類品目は慢性的な赤字で、FFPの赤字は9億ドル以下の水準で安定しているが、RBPの赤字幅は2000年以降40億ドルを超える水準で改善の傾向はみえない。したがって、全体の貿易収支は、輸出入ともにシェアが70%台であるIMの収支とはほぼ連動している。

他方、対中国貿易収支では、IMの輸出が50%台の半ばを超えた2000年以降はIM主導の収支構造となり、IM輸出の急伸で2002年以降対中国貿易収支は黒字に転化した。しかし、他の大分類品目のうちCMとFFPは恒常的に赤字でその幅は増加傾向にある。RBPの収支は石油を含むため不安定だが、これも2000年以降は赤字である。これは、これら3大分類品目の対中国輸入の増加率が輸出のそれを大きく上回っているためであり、品目内容からみて当面この状態は続くと思われる。1996～2003年の期間では、それぞれの輸出対輸入の年平均増加率は、CMで6.8%対14.8%、FFPで4.2%対14.7%、RBPで5.6%対9.7%であった。他方、IMでは71.7%対16.0%である。

表4 中国との4大分類別貿易収支

	(単位: 1000ドル)								
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
総輸出額(世界)	20,542,546	25,227,718	29,496,353	35,032,670	38,077,951	32,150,203	35,208,159	36,231,205	32,642,857
総輸入額(世界)	33,028,719	35,933,821	29,659,875	30,723,145	34,490,873	33,057,160	35,426,508	37,496,503	33,896,416
収支	-12,486,173	-10,706,103	-163,523	4,309,525	3,587,078	-906,958	-218,349	-1,265,298	-1,253,558
消費製造品輸出	8,014	8,169	7,719	16,293	18,341	17,145	13,699	12,669	9,966
消費製造品輸入	48,884	76,371	71,352	121,721	100,685	99,318	129,418	160,742	121,077
収支	-40,870	-68,202	-63,633	-105,429	-82,343	-82,173	-115,719	-148,073	-111,111
食料・調整品輸出	38,294	28,210	41,224	27,303	51,112	45,512	42,698	51,046	41,097
食料・調整品輸入	60,442	132,762	423,419	153,338	88,801	85,376	113,885	157,954	93,600
収支	-22,147	-104,552	-382,195	-126,034	-37,689	-39,863	-71,187	-106,908	-52,503
資源ベース製品輸出	219,237	149,213	142,714	195,907	188,298	165,496	207,274	321,156	266,296
資源ベース製品輸入	195,790	167,257	154,920	154,361	198,019	236,641	284,856	373,132	361,096
収支	23,447	-18,044	-12,206	41,547	-9,721	-71,146	-77,582	-51,976	-94,800
工業製造品輸出	36,904	45,202	127,535	301,514	379,403	492,778	987,467	1,624,942	1,702,637
工業製造品輸入	378,242	492,975	546,047	448,691	394,232	545,861	702,578	1,071,056	1,313,775
収支	-341,338	-447,773	-418,511	-147,177	-14,829	-53,083	284,890	553,886	388,863
対中輸出総額	327,922	244,412	343,682	574,809	663,264	792,757	1,355,825	2,144,647	2,105,410
対中輸入総額	684,202	871,592	1,198,891	1,038,428	785,954	975,020	1,251,727	1,797,486	2,070,942
収支	-356,280	-627,181	-855,209	-463,620	-122,690	-182,263	104,098	347,161	34,469

(出所) 表1に同じ。

上記の3大分類品目を詳細にみると、継続して黒字である中分類品目はRBPのココナツ製品、銅・クローム等の鉱物、切り花・観賞植物、非金属鉱物、石油製品、のみである。小分類品目まで下っても、CMでは女性用衣料、籠製品、ラタン・石製家具、貝製品、FFPでは乾燥果物、生鮮果物、マグロ缶詰、干しなまこ等の一部の海産物があるにすぎない。RBPでは、上記に加え、パルプ材、海草、カラギナン、天然繊維、天然ゴム、その他の資源産品があり、比較的品目数は多く、黒字幅も大きい。他方、特に赤字幅が大きい中分類品目としては、CMの家庭用品、履物、その他のCM製品、FFPでは加工食料、生鮮食料、RBPでは織布用撚糸・索類、その他の資源産品が挙げられる。このうち、CMでは履物とその他のCM製品以外の中分類品目は対世界貿易で継続的に黒字を計上している競争力のある分野である。FFPでは海産物も同様である。ただ、非金属鉱物と石油製品だけが対世界

輸出の場合と反対の唯一のケースである。

以上の観察を総合すれば、フィリピンは多国籍企業の生産ネットワークの一環に組み込まれており、中国経済の台頭によるネットワークの連続的な再編成の流れのなかで、電子機器を核に対中国貿易が急速に拡大し、対中国の貿易収支が黒字に転化したことは明らかであろう。このことは他方で、アメリカとの貿易、特に輸出シェアの低下を引き起こし、アジア域内との貿易の拡大を導いたとみられる。しかし、電子機器においてはフィリピンに有利な水平分業的補完関係が成立しているようにみえるが、その他の貿易品目において、特にCM等の労働集約的な軽工業製品においてはほとんど競争力を失い、輸入の増大が続いている。黒字を計上している品目は、農産物、鉱産物等で中国にないか不足しているものに限られる。この点からも、フィリピンが直面する重要な問題は、国内市場への中国製品の流入にとどまらず、国際市場における中国製品との競合にあることは明らかである。

5. 浸透する中国製品

中国製品の輸入は拡大が続けているが、各品目の輸入総額に対する中国製品のシェアをみれば、フィリピン市場において品目によっては相当程度浸透していることがわかる（表5）。4大分類のうちCM, FFP, RBP, IMのシェアは、この順序で高く、2003年にはそれぞれ10.7%, 7.3%, 6.0%, 4.0%で、すべて上昇傾向にある。FFPは年による変動が大きい。2000年以降は5%前後を推移している。より詳細に下位品目をみると、中国製品のシェアが高い品目が多いことが目に付く。CMでは11の中分類中6分類が30%を超え、FFP, RBP およびIMではそれぞれ3中分類、11中分類、6中分類中、1分類、4分類および1分類が10%を超えている。

小分類品目ではさらに多くがより高い中国製品のシェアを示す。2003年の輸入では、CMの54小分類品目中、シェア20~30%未満は7、30~50%未満は14、50%以上は12にも達する。FFPでは32中同じく、2、3、4であっ

表5 品目別総輸入額に占める中国製品のシェア（20%以上）

				(%)	
品 目	1996	2003	品 目	1996	2003
消費財製造品	3.7	10.7	スポーツ用履物	27.6	46.2
男性用衣料	7.4	33.4	委託加工履物	13.8	72.8
乳幼児衣料	0.3	54.8	贈答用品	15.5	62.2
籠製品	6.8	32.0	机上アクセサリー	18.6	61.3
貝殻製品	0.0	56.8	写真額	2.2	70.4
木工品	11.1	36.7	挨拶状・文房具	55.1	38.6
陶磁器	46.2	71.7	その他の家庭用品	26.2	23.4
織物製品	6.1	41.3	刃物類	12.6	31.5
造 花	6.9	39.9	楽 器	2.3	26.0
金属製品	13.0	41.1	学校・事務用品	4.4	23.0
ガラス製品	3.7	36.9	傘・日除け	39.0	72.5
その他の家庭用品	7.6	38.9	食料・調整品	2.7	7.3
ランプ台・笠	22.3	46.3	食肉・調整品	9.6	47.6
祭日用装飾品	33.3	79.8	乾燥野菜	13.2	34.1
玩具・人形	13.9	45.1	加工ナッツ	3.1	45.5
皮革製品	6.5	51.5	生鮮果実	12.6	66.2
ハンドバッグ・ベルト	4.8	55.0	生鮮野菜	6.2	69.3
旅行用品	8.8	52.9	生ナッツ	62.7	64.2
家 具	1.3	21.8	生・冷凍エビ	5.2	71.6
竹製家具	0.0	42.1	生・冷凍魚切り身	0.0	20.1
furnishings	5.9	22.5	資源ベース製品	3.2	6.0
金属製家具	1.9	31.3	肥 料	46.5	92.2
プラスチック製家具	5.7	52.4	工業製造品	1.7	4.0
石製家具	0.5	40.9	オートバイ	8.6	31.1
木製家具	0.8	25.7	衛生陶器・浴室	1.0	39.0
その他素材家具	1.1	21.5	その他の建設資材	4.7	31.8
その他の木工品	2.3	36.2	無機化学品	16.5	26.1
履 物	12.9	49.4	化学肥料	7.2	21.8
革製履物	2.3	27.5	ガラス製包装材	6.1	25.5
非革製履物	14.3	53.1	紙製包装材	0.9	26.3
スリッパ・サンダル	6.6	86.5	繊維・布地包装材	4.2	40.4

(出所) 表1に同じ。

たが、RBPでは17中、肥料品目が92%を超え、IMでは35中、4、3、0と比較的少数に留まっている。問題は先に品目別収支でみたように、これらのほとんどがもともとはフィリピンが競争力を持つとされた品目であることである。しかし、これは、実際には他の途上国からの輸入を抑え1990年代後半

からこれらの中国製品がフィリピン市場に浸透し始め、今では高い市場シェアを確保していることを示している。

これらの中国製品の大部分は低価格帯に属するもので、特にCM品目ではこの価格帯の国産製品はほとんど市場から姿を消している。スーパーマーケットの家庭用品売場では日本、アメリカ、韓国、台湾等の製品とともに多種類の中国製品が並べられ、食品売場ではリンゴ、ミカン、タマネギ、ニンニク等の中国産の生鮮果物・野菜が、衣料品売場では中国製の安価な子供服、乳幼児衣料や有名ブランドのスニーカー、スポーツ靴が売られているのを見ることができる。また、ハードウェア・ショップでは一般工具、建築金物等の多種類の中国製品が目につく。

スーパーマーケットの関係者によれば、中国製品が増加し始めたのは1996年以降で、これはペソ相場下落により輸入品価格が上昇したことも一因とみられるという。また、中国製品の浸透度については、中級品を多く扱うデパートの場合、扱い量は全体の15%程度、スーパーマーケットの場合で18%から20%程度と推定されるという。小売業界の競争は激しく、顧客を誘引するために安い中国製品の取り扱いが増加している。スーパーマーケット業界では、輸入・卸売業者を通ずるほかに、買付のため以前は個別企業が中国に買付に向いていたが、コスト削減のため、現在ではいくつかのスーパーが共同で現地駐在員を雇い、商品情報の収集と買付を行っている。5、6年前から流通・配送部門をアウトソーシングする企業が増加している⁽³⁾。

第2節 低調な直接投資

1. 端緒についた中国資本の参入

1997年以降に中国の対外投資が増大したが、フィリピンにおいても1998年以降に中国からの直接投資(FDI)の増加がみられた。中央銀行登録FDI統

表6 中央銀行登録 FDI (持分)

(単位: 100万ドル)

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004 1-6	2004 1-4	2003 1-4
アメリカ	55.82	292.72	116.75	243.39	84.42	245.32	192.80	55.41	225.41	24.71	1.61	45.24
日 本	244.49	471.50	330.96	150.37	303.27	100.17	192.83	754.12	163.91	24.68	14.92	44.99
韓 国	8.16	29.34	18.16	12.31	13.95	8.87	0.08	8.73	0.20	7.31	7.31	0.05
中 国	3.02	3.23	1.97	72.23	111.41	48.49	0.13	8.27	0.00	0.05	0.05	0.00
香 港	235.65	76.26	59.81	21.27	20.05	16.44	4.39	60.60	1.38	4.06	3.70	0.06
台 湾	7.39	47.31	19.67	50.90	15.77	1.41	48.88	0.05	0.42	0.12	0.12	0.40
中国圏	246.06	126.80	81.45	144.39	147.23	66.34	53.39	68.93	1.80	4.23	3.87	0.46
シンガポール	75.48	19.59	67.39	51.30	36.31	325.53	173.97	44.78	99.44	242.58	211.37	8.77
マレーシア	27.18	17.89	11.24	1.49	25.15	53.45	3.45	3.79	0.07	0.20	0.20	0.00
タ イ	10.06	4.63	8.08	0.26				0.20				
インドネシア		4.11	30.78	2.37	0.19							
ASEAN4	112.72	46.21	117.50	55.42	61.65	378.98	177.42	48.78	99.50	242.78	211.57	8.77
その他	147.75	314.44	388.57	278.84	1,496.23	598.54	241.35	495.47	997.37	208.23	168.01	113.70
合 計	815.00	1,281.00	1,053.38	884.71	2,106.73	1,398.20	857.87	1,431.42	1,488.18	511.94	407.29	213.20

(出所) IOD-BSP。2004年8月3日現在。

計⁽⁴⁾によれば、中国の FDI は1997年の197万ドルから次の3年間に7223万ドル、1億1141万ドル、4849万ドルに急増したが、以後は大きく低下している(表6)。1999年は全体の FDI も21億673万ドルと最高を記録した年であるが、前後3年間における中国 FDI の平均シェアは5.3%で、4位であった。1995～2003年の9年間の平均シェアは2.2%で5位、香港を含めれば6.6%で4位であった。

他方、投資関係4機関⁽⁶⁾による直接投資承認額の統計(表7)では、中国の FDI は1998年の0.7億ペソ(160万ドル)から1999年に1.5億ペソ(380万ドル)に、2002年には8.9億ペソ(1665万ドル)に増加、2003年には3.1億ペソ(555万ドル)に低下したが、以前より高い水準にある。1998～2003年の全体の FDI に対するシェアは0.12%と低い。香港のシェアは5.91%と高い水準にあった。中銀統計に比べかなり額が小さいが、それぞれの投資内容の詳細は公表されないため理由は不明であり、これらの統計からわかることは少ない。

しかし、後者の統計に含まれる投資は奨励措置を受ける企業活動であること、および次節にみるように、小規模ではあるが、中国企業の生産活動への

表7 直接投資承認額

(単位: 100万ペソ)

		1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004 Q1
承認機関	BOI			15,529.4	29,042.9	8,815.1	8,348.5	97,293.1
	PEZA			61,089.2	28,371.4	22,796.1	24,922.8	17,729.7
	SBMA			1,998.0	287.7	746.7	365.3	17.2
	CDC			1,767.7	705.8	13,690.7	373.8	379.9
	合計	171,570.2	47,828.4	80,374.2	58,407.8	46,048.7	34,010.4	115,419.8
投資国	アメリカ	16,917.1	8,895.4	9,581.4	8,393.3	3,627.0	10,432.1	1,376.7
	日本	43,864.0	12,203.7	20,382.4	19,137.1	17,053.8	8,840.8	11,979.3
	韓国	441.5	537.1	823.2	2,694.9	1,344.5	712.2	712.8
	中国	66.5	148.7	172.2	146.4	892.8	310.8	74.7
	香港	25,540.0	90.2	3,086.0	278.7	133.6	255.8	23.4
	台湾	1,246.5	748.5	239.5	610.8	12,197.8	2,553.5	106.1
	中国圏	26,853.0	987.4	3,497.7	1,035.9	13,224.2	3,120.1	204.2
	シンガポール	9,220.5	2,025.7	3,747.1	15,759.6	1,168.2	294.9	220.6
	マレーシア	230.6	389.6	102.2	176.8	98.2	45.0	5.0
	タイ	4,783.4	1,775.8	16.7	142.0	0.0	0.0	17.1
	インドネシア	9.4	3,517.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	ASEAN4	14,243.9	7,708.5	3,866.0	16,078.4	1,266.4	39.9	242.7
	その他	69,250.7	17,496.3	42,223.5	11,068.2	9,532.8	10,565.3	100,904.1

(注) 承認済み投資は、プロジェクト・コストまたは投資約束額を指す。

(出所) Board of Investments (BOI), Philippine Economic Zone Authority (PEZA), Subic Bay Metropolitan Authority (SBMA) and Clark Development Corporation (CDC)。

進出が端緒についたことを示すものとみてよいであろう。

投資関係機関のうち詳細なデータが得られる投資委員会 (BOI) とフィリピン経済特区庁 (PEZA) の登録企業のリストからは以下のことがわかる。

1997年以前に両機関に登録された中国からの投資の業種分類は表8のようであった。合計46件のうち、衣類・履物が18件で最も多く、電子・電子部品の8件、プラスチック・包装の5件が続く。プロジェクト・コストのデータが入手できる BOI 登録企業の1件当たりのコストは、16億ペソ (ホテル) と23億ペソ (IT) の大型プロジェクトを除くと、1997年以前は4527万ペソ、1998年以降は9731万ペソと比較的小規模である。資本構成では、100%中国資本は2件のみで、60%フィリピンの合弁が大部分で、なかには香港、台湾資本および居住中国人との合弁が含まれている。他方、PEZA 登録企業では、

表8 BOI と PEZA 登録企業の産業別件数

業 種	機 関		1998-2003年		業 種	機 関		1998-2003年 6 月	
	PEZA	BOI	PEZA	BOI		PEZA	BOI	PEZA	BOI
衣類・履物	3	4	10	1	ホテル・商業	0	1	0	0
食品製造	0	0	0	2	資源ベース	0	1	0	3
電気・電子	2	1	4	1	プラスチック・	0	0	3	2
部品					包装				
家 具	0	0	1	0	IT サービス	0	0	0	2
家庭用品		2		1	金属加工	0	0	0	1
					合 計	5	10	18	13

(出所) BOI および PEZA。

中国資本が過半数を超える企業が23件中15件と多く、フィリピン資本の他に、イギリス、イタリア、日本資本との合弁が8件あるが、居住中国人との合弁の例はない。

2004年の後半に、中国企業の3億ドルの大型投資案件が報道された。これは Hebei Jingniu Group Co. によるもので、Hebei Jingniu Crystal Ball Group Company, Ltd. (CBC) がスピック湾自由港内にフロートコートガラス等の6生産ラインを収容する工業団地を建設するもの、およびバタアンに各種のヨットの造船所を建設するもので、2005年末に操業が開始される予定である⁽⁶⁾。

2. 対中国投資の現状

フィリピンでは対外投資のデータを金融機関の報告に基づいて中央銀行が作成しているが、詳細は公表されないため、包括的かつ詳細な対外 FDI データは利用できない。しかし、中国商務部の統計によれば、2004年7月現在までにフィリピンから2101件、総額17.8億ドルの直接投資が行われ、中国からは41件、1663万ドルがフィリピンに投資された。

フィリピンの対中投資は、中国系フィリピン人の誘拐事件が多発し、治安が悪化した1980年代に、主に中国系フィリピン人によって始められ、その投資先は本人または祖先の出身地である福建、広東、上海に集中していた。こ

れらは大部分が中小規模であるが、1990年代以降には数件の大規模な投資が実行され、成功を収めているものが多い。業種としては、銀行、飲料・食品等の製造業、デパート、モール等の商業・不動産、ホテルが主である。次に大手企業の中国進出の事例を挙げることにする。

(1) サンミゲル社は早くから中国に海外進出した企業で、1948年に海外第1号のビール醸造プラント (San Miguel Brewery Hong Kong, Ltd.) を香港に設立した。本土には1991年に Guangzhou San Miguel Brewery Company, Ltd. を設立、製造・販売を始め、現在以下を含め4カ所のビール醸造プラントを持つ。San Miguel Shunde Brewery Company, Ltd., San Miguel Bada Baoding Brewery Co., Ltd. (河北省)。2004年には広東省の佛山市順徳区のビール工場に隣接して非アルコール飲料プラントの建設を開始 (San Miguel [Guangdong] Foods and Beverages Co., Ltd.)、2005年下期に操業予定。他に、Zhaoqing San Miguel Glass Co. (ガラス瓶製造)、San Miguel Shunde Packaging Co. (王冠、プラスチック製密閉ケース、パレット製造) がある。ひとつを除き、他はすべて珠江デルタに集中。また、San Miguel Pure Foods Co., Inc. は食品を生産。香港子会社が中国事業を統括する。同社は販売額の15%は海外事業からあげており、6銘柄のビールを扱う中国事業は海外販売量の3分の2を占める⁽⁷⁾。

(2) Jollibee Foods Corp. (会長・CEO Tony Tan Caktiong) は、外食産業で2003年末現在国内988店舗、香港を含め海外に33店舗を展開し、海外売上げの5%から55%への引き上げを目標に積極的な海外展開を計画している。2004年3月に台湾資本の中国食ファストフード・チェーン Yonghe King (1995年上海に1号店、77店舗の大部分は上海と北京) の85%を買収し、5月末までに14店舗を増設した。3年以内にさらに50から100店舗の増設を計画。上半期の売上げは44%増加したが、他方で、売上げ目標に達せず、厦門の店舗を閉鎖した⁽⁸⁾。

(3) Universal Robina Corp. (URC, 社長 John L. Gokongwei, Jr.) は、傘下に不動産、デパート、銀行、携帯電話、製粉、石油、航空会社等を有するコングロマリットの一部で、東南アジア、香港、中国で食品・スナック菓子の製造

事業を展開している。2003年5月に上海の新工場が操業を開始し、2005年にはすでにプラントのある南部、北部諸省に配送センターを設立する計画である⁽⁹⁾。

(4) Liwayway Marketing Corp. (Oishi) (会長 Carlson Chan) は、中国で第2位のスナック菓子生産者として知られている⁽¹⁰⁾。

(5) SM Prime Holdings, Inc. (会長 Henry Sy, Sr.) は1985年第1号モールを出店、全国に17のモールを展開、セメント、銀行、不動産にも進出。2002年に合併で福建省廈門にモール、同省 Fupu 店舗内にシューマート・スーパーマーケットを開店。競争が激しく、まだ利益を上げていない。中国では2年以内に全面的な拡張を見込んでいる⁽¹¹⁾。

このほかに、金融業では大手銀行である Metropolitan Bank and Trust Co. (Metrobank) がフィリピンの銀行としては中国では最初の支店を上海に開設している。

これまでのところフィリピンの対中国投資で食品関係以外の製造業に、たとえば電子機器や部品産業に進出している例はみられない。フィリピンの国内地場産業の現状からみて今後もこの状況に変わりはないと考えられる。

第3節 中国製品に対する産業界の反応

ここ数年、中国との貿易が拡大するに伴い、政府に対し中国製品との競争からの保護を求める産業界の要求が増え、強まっている。輸入関税引き上げ、ダンピング関税、相殺関税、セーフガード措置の実施、輸入クォータの設定等の直接的な保護の要求である。これは農業と製造業の、たとえば、野菜、家具、履物、陶製タイル、ガラス、石油化学、鉄鋼等、多くの業種にわたっている。対象製品の輸出国も中国だけではなく、多くの場合他の ASEAN 諸国を含んでいる。このことはフィリピンの産業の国際競争力が中国に対してだけではなく、ASEAN 域内においても相対的に低下していることを示すも

のといえる。

2000年以降では、中国、マレーシア、インドネシア製の透明または着色型板ガラス、マレーシア、台湾製の冷間圧延コイル・シート、タイ製のPVC床板、中国製の三基燐酸ナトリウム（石鹼原料）に対して繰り返しダンピング関税が課せられている。石鹼原料については2004年5月に3年間の延長が認められている。セーフガード関税は中国、タイ、台湾、インドネシア、シンガポール等の多くの国のフロートガラス、ガラス鏡に対して取られている。2004年5月に3年間の延長が認められた。業界は、月間需要1万トンに対し生産能力は1.2万トンで輸入の必要はないと主張している。また、12月にはベトナム、タイ、インド、韓国製の陶製タイルに対するセーフガード措置の3年間延長が決定された。政府は条件としてこれらの業界に対し、期間内に輸入製品と対抗できる生産体制を整える調整計画の実施を求めている。

2003年1月にアロヨ大統領はフィリピンの自由貿易コミットメントに関する政策を転換し、過去5年間深刻な不振に陥った国内産業の回復を図るため、自由化をスローダウンする、国際的な自由貿易取り決めの遵守を最小限にとどめ、一定の産業に認められる免除ウインドウを最大限利用すると発表した。政府は同年10月に行政命令（EO）241号を発行し、400品目余の関税を引き上げた。これは、工業製品（石油製品、医薬品等）および消費財（化粧品、衣料アクセサリ、衛生ナプキン、おむつ、靴、鉛筆、木製家具等）を含む大規模なものであった。これらの関税は、2004年から2007年まで現行の3～7%から5～10%に引き上げられた。さらに、政府は12月に産業保護のために一部品目の関税率を引き上げた（EO264号）。

一方で、翌2004年1月にはASEAN自由貿易地域（AFTA）の共通効果優遇関税スキームに基づいて対象リストの60%の品目の輸入関税を0%に引き下げ（EO268号）、他のASEAN諸国との域内自由化への共同歩調を図った。この引き下げからはEO241、264号の品目は除かれている。その他に2004年中には次のような産業奨励および保護措置が取られている。

- (1) 豚肉に対する関税を10%からクォータ分は30%に、クォータ外は40%

に引き上げ（EO299号，3月）。

（2）BOI登録企業に資本設備，スペアパーツ，アクセサリーの輸入関税（1～10%）を免除（EO313号，5月）。これはPEZA等の他の投資奨励機関の登録企業と同等のインセンティブを与えるもの。

（3）鉄鋼業法に従い，操業を再開する鉄鋼設備を保護するため平板圧延製品の関税を3%から7%に引き上げる（EO375号，10月）。

（4）2015年までの登録企業による投入財・機械輸入の関税免除を規定した1997年農業・漁業近代化法に従い，2003年2月失効のEOに代え，改めて免除を規定した（EO376号，10月）。

他方では，関税引き上げをめぐる国内産業間の利害対立も生じている。フィリピンの業界を含むプラスチック産業ASEAN連合会は，12月に2003年初に原材料である石化樹脂と一部のプラスチック製品の関税を7～10%に引き上げたEO161号（2003～2004年有効）を延長しないよう要求している⁽¹²⁾。フィリピンの石化業界は2010年までの延長を求めており，政府は難しい調整を迫られている。以下に保護を求める産業の例を示す。

農業は多くの国において自由化における調整が困難な産業である。フィリピンでは特に中国との自由化における重要な課題である。1995年のWTO加盟以前は原則として農産物の輸入は禁止されていたが，加盟に伴い規制が緩和され，クォータ制度が実施された。中国からの生鮮野菜の輸入額は1996年以降急増し，同年の9万ドルから2003年には470万ドルに達し，そのシェアは6.2%から69.3%に拡大した。同時に2002年以降に中国だけではなくベトナム，オランダ，オーストラリア等からのニンジン，ジャガイモ，レタス等の密輸が増加している。価格の急落と減産で，ベンゲット州の野菜農民の25%が耕作を放棄したと報じられている⁽¹³⁾。EO264号で関税は25～30%に引き上げられたが，農民はまだ十分ではないとして，一層の引き上げを要求している。

生鮮・冷凍タマネギを例にとると，年間輸入量は1996年の1851トンから最大時の1999年には1万7640トン，2003年には1万1284トンに達した。1996

年の中国からの輸入額シェアは4.0%にすぎなかったが、アメリカ、オランダ等を抑え1999年には58.4%、2003年には81.3%に拡大した。香港からの輸入は減少したが、それを含めれば、それぞれ31.1%、58.7%、81.4%になる。本土からの直接輸入が増えたことを示している。これはクォータ外の輸入を含めた数値である。

生・冷凍ニンニクの場合、ほぼ全量がアジアからで、年間輸入量は1996年の1909トンからピーク時の1999年には1万9297トン、2003年には1万8973トンに達した。各年の中国からの輸入額シェア（カッコ内は香港）は、16.3%（74.3%）、69.9%（24.4%）、98.8%（0.4%）と拡大し、ほぼ全量が中国産で占められるに至った。

多くの労働集約産業は中国だけでなく近隣 ASEAN 諸国との競争にもさらされている。家具業界は中国、ベトナムとの競争に直面しつつある。近代化によるコスト削減が課題だが、同時にラタン、木材、石材等の材料供給の隘路解決を迫られている⁽¹⁴⁾。皮革産業は、中国との競争と原材料の国内調達困難に陥っており、一方では輸入原材料の関税のため高い生産コストの問題を抱えている。労働コストは、1日最高17足生産する場合、5ドルで、中国の0.6ドルに対抗できない。上院は12月に、資本財・原材料・半加工品の関税・国内税を免除する皮革産業開発法を可決している⁽¹⁵⁾。革製以外の製靴業界も同様の問題に直面している。中国、その他東南アジアからの大量の安い輸入製品の流入で、国内販売だけでなく、輸出も減少している。政府は靴の関税を15%に引き上げたが、業界は30%への引き上げを要求し、下院は35%への引き上げを求める決議案を可決している⁽¹⁶⁾。祭日装飾品の輸出は、最大の供給者である中国の世界市場シェアの拡大（80%）で、1998-2002年に平均9.1%減少した。生産額の50~80%を下請けに依存していて、約25万人を雇用している⁽¹⁷⁾。

ライター業界によれば、基準に満たない中国製ライターの流入で、業界は年間1億ドルの損失を被っている。国内生産者の販売額の約8倍の中国製ライターが中国から違法に輸入されていて、価格は国産の約3分の2にすぎな

いという¹⁸⁾。

このように多くの産業が自由化への対応に苦しむなかで、対応に成功している産業もある。たとえば、オートバイ産業は日系企業の独壇場ではあるが、ブランド・イメージの維持、中国製品との差別化によって市場の確保を図っている。中国からの輸入は1997年に始まり、同年の902台から、2000年に3170台に急増、2002年と2003年には1万3000台を超えた。市場規模は2003年で39.3万台なので、中国のシェアは3.3%にすぎないが、低価格を武器にトライシクルやペディキャブ市場に浸透し、一部のメーカーの販売不振の原因となっている。また、2003年に政府がクリーンエア法に基づき2ストローク・エンジン車の登録を停止したことも一因であった。業界1位のホンダは毎年新型モデルを投入し、4位のヤマハは高パフォーマンスの新型モデルを投入して業績の回復を図っている¹⁹⁾。しかし、業界は中国等の安価な製品から保護するため、2010年まで30%の関税を維持すべきであると主張している。

政府は産業界からの保護の要求に対して、時限的な措置として関税引き上げやダンピング・セーフガード関税、輸入クォータの設定を実施してきたが、その基本的方針は猶予期間の間に、産業界が経営の近代化、合理化を進め、自由化に対応できる競争力を付けることを期待することにある。しかし、これまでも1980年代以降の自由化・開放経済の推進過程で、「我々にはまだ準備ができていない。時間が必要だ」として、類似の状況が何度か繰り返されてきた。そのためラモス政権は、強力な指導力のもとに保護に重心をおいた自由化政策から自由化を基本とする政策への転換を図った。1990年代における外国資本の輸出電子産業へ進出によって貿易は改善したものの、多くの地場国内産業の状況には大きな変化は起きなかったとみてよい。

状況はこれまでのなかでも最も深刻である。それは、これまでの例と違って、すでにフィリピンの産業競争力が他の先進ASEAN諸国に比べ相対的に低下しているなかで、より強大な高い経済力を発展させつつある中国が加わった厳しい環境の下で、2010年までという比較的短期間に競争力の改善を実現しなければならないからである。

第4節 自由化進む家電産業

家電産業は自動車産業と並んで1970年代以降、長期にわたって優先産業として政府の産業保護を受けてきた。しかし、1990年代にその枠組みが解かれ現在では一部の製品に高い関税保護が与えられているだけで、自由化の波に

表9 主要な家電企業（2003年）

（単位：1000ペソ）

会社名	製品	ブランド名	資産額	販売額
Concepcion Industries, Inc.	冷蔵庫	Kelvinator, Condura	3,234,887	589,080
Concepcion Carrier Airconditioning Co.	エアコン	Carrier, Condura, Kelvinator	2,411,859	3,506,258
Fabiano Spa, Inc.	VTR, 冷蔵庫, 洗濯機, 電子レンジ, 掃除機	Daewoo	121,706	138,915
Fedder Koppel, Inc.	エアコン	Koppel, Fedders	524,719	604,457
JVC (Philippines), Inc.	TV, VTR, VCD, DVD, システム・コンボ	JVC	514,594	1,805,582
LG Collins Electronics Mla.	TV, VCD, システム・コンボ, エアコン, 冷蔵庫, 洗濯機	LG		
Matsushita Electric Philippines Corp.	音響・映像機器, 冷蔵庫, エアコン, 洗濯機, 電子レンジ, オーブン, 扇風機, 炊飯器, アイロン, トースター, ストープ	National, Panasonic	4,661,634	7,679,260
Samsung Electric Philippines Corp.	音響・映像機器, 冷蔵庫, 洗濯機, エアコン, 電子レンジ	Samsung	782,162	2,935,017
Sanyo Philippines, Inc.	TV	Sanyo	1,149,044	1,374,974
Sharp Philippines Corp.	音響・映像, 機器冷蔵庫, 洗濯機, エアコン, 電子レンジ	Sharp		
Solid Laguna Corp.	TV	JVC		
Sony Philippines, Inc.	音響・映像機器	Sony	870,236	3,400,766
TCL Sun, Inc.	TV	TCL	366,402	524,342
Union Industries International Corp.	扇風機, 冷蔵庫, 炊飯器, トースター, アイロン, ストープ	Union	75,789	164,868
Philips Elect. & Lighting, Inc.		Philips	1,158,331	1,885,580
Gree Philippines, Inc.			17,490	20,542
Konka 3 Dragon Philippines, Inc.			42,858	43,301

（注） Matsushita, Union の資産、販売額は2001年。Philips は2002年。

（出所） Department of Trade and Industries および Security and Exchange Commission。

ほぼ直接にさらされている産業のひとつであるといえよう。この産業では1980年代までは日米の有力家電企業と一部の地場企業が市場を支配していたが、今日では韓国、台湾、EU、インドネシア、それに中国の企業が加わって激しい競争が展開されている。

1. 狭い市場に多くのブランド

1980年代には主要家電メーカーは5～6社にすぎなかったが、今日市場に出回っているブランドは48にもものぼる。そのなかで表9に示した企業が主要

表10 家電製品

		1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994
茶 物 家 電	ビデオ									
	モノクロTV	118,500	167,800	218,500	188,100	229,400	132,100	137,100	140,500	113,600
	カラーTV	63,100	95,600	151,200	213,800	288,900	202,600	246,800	338,500	490,500
	ビデオデッキ	-	-	-	-	-	-	76,100	88,100	134,900
	VCD プレーヤー	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	DVD プレーヤー	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	ビデオカメラ	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	オーディオ									
	カラオケ	-	-	26,700	59,900	103,100	148,800	191,900	215,700	241,100
	システムコンボ	4,600	26,400	12,200	15,400	20,100	21,200	22,900	33,100	53,400
白 物 家 電	ラジカセ	-	-	24,200	70,700	133,100	125,200	118,500	140,500	175,300
	ヘッドフォン・ステレオ	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	冷蔵庫	108,100	197,100	149,100	307,600	346,300	234,500	263,400	293,800	357,600
	冷凍庫	-	17,800	21,700	24,300	31,500	14,800	22,000	27,400	17,100
	洗濯機	-	-	27,800	56,800	135,900	124,000	196,800	282,300	372,000
	ルームエアコン	-	35,000	42,500	48,900	56,000	43,800	52,700	65,800	90,700
	分離型エアコン	-	-	-	-	-	4,400	3,200	3,400	5,700
	パッケージ型エアコン	-	-	-	9,000	0	17,300	4,700	4,200	7,300
	電子レンジ	-	-	-	-	-	-	-	-	-
そ の 他	真空掃除機	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	扇風機	259,500	397,700	547,500	627,200	678,000	585,300	704,500	731,400	911,300
	炊飯器	23,800	30,500	43,800	52,700	72,000	69,400	66,900	91,000	120,100
	アイロン	16,600	34,900	58,400	65,500	60,000	69,700	83,400	102,100	173,200
	トースター	1,800	3,100	4,300	4,600	13,100	13,400	13,600	24,200	33,400
	ストーブ	139,300	164,100	197,500	270,800	230,400	237,100	238,300	292,600	335,300
	レンジ	19,400	32,600	40,600	46,500	58,700	50,500	55,200	60,300	69,000

(出所) Philippine Appliance Industry Association, Inc.

な家電企業としてあげられる。ほとんどは多国籍企業で占められ、フィリピン資本の企業は、Concepcion と Solid Laguna の 2 社のみである。この 2 社は、外国企業と技術提携、販売提携、委託生産の契約を結び、あるいは合併企業を設立して生き残りを図ってきた。

家電の市場は、表10に示すように、約8000万という人口に比べ小規模である。たとえば、テレビでは年間100万台で、タイのほぼ半分にすぎない。製品別の特徴ではエアコンは約20%、電子レンジは40%台、掃除機も約15%と需要の伸びが高いが、カラーテレビと冷蔵庫は3%台と低い。

市場は、貧富の格差を反映して、大きくハイエンドとローエンドに二極化

販売量（台数）

1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
145,700	90,100	31,600	3,200	-	-	-	-	-	-
785,900	1,207,100	1,134,100	762,000	799,300	931,300	883,100	749,200	1,014,500	1,069,300
245,500	353,600	388,300	271,300	238,100	146,700	43,700	7,000	1,200	1,600
-	-	-	-	46,500	117,700	238,500	157,300	93,400	20,600
-	-	-	-	-	-	8,700	26,700	120,800	251,100
-	-	-	-	-	-	-	-	-	12,600
284,300	351,400	414,500	205,900	183,600	121,200	75,700	53,700	60,600	57,000
130,800	198,500	214,600	183,600	198,900	319,400	302,100	184,100	232,100	207,100
335,700	335,600	517,700	402,900	213,100	274,700	206,300	132,800	99,800	97,100
-	-	-	-	-	16,100	17,300	11,200	9,700	7,900
459,800	559,000	591,000	461,400	436,500	431,600	466,900	347,600	571,700	625,000
39,500	39,100	29,500	26,600	22,900	13,700	17,300	18,600	40,800	39,800
603,000	613,900	771,900	524,200	525,500	576,700	570,600	473,300	685,000	747,000
123,900	204,800	267,400	269,300	209,100	269,900	316,100	281,200	418,300	490,200
8,500	21,400	30,000	23,500	23,100	28,600	32,300	32,900	49,200	62,300
9,100	16,800	21,500	15,700	18,300	22,100	23,500	20,900	33,600	40,600
-	5,100	24,400	17,600	35,400	35,500	28,800	27,100	97,500	103,400
5,600	5,800	10,300	10,300	18,900	24,500	15,400	10,500	18,300	19,500
1,389,800	1,773,300	1,914,800	2,043,100	1,585,100	1,502,900	1,298,500	1,315,900	1,592,400	1,566,200
240,000	278,400	307,700	240,400	248,400	296,800	247,100	68,800	460,400	502,300
373,700	487,300	527,600	393,000	477,600	489,700	430,900	508,500	567,300	726,700
373,500	529,900	251,000	196,800	215,500	159,200	152,800	145,000	194,100	185,100
687,000	668,200	695,900	705,400	693,300	673,500	637,500	599,900	487,200	417,000
88,600	97,700	103,300	83,400	87,000	87,900	73,100	53,500	66,000	86,600

している。消費者はブランド指向が強く、日系企業は高い品質・技術のある信頼のあるブランドとしての地位を確立している。韓国製品もブランド・イメージを高めてきたが、日本製に肉薄するには至っていない。同一価格帯であれば、消費者は日本製を選好する傾向がある。これに加えて、アフターサービスの充実も消費者の信頼を獲得するための重要な要因であり、長い歴史を持つ日系企業はこの点にも力を注いできている。これら両国の企業が市場をリードしている。しかし、ハイエンド市場の規模は小さい。中国を含めたその他の企業はこの両国の企業に比べ企業イメージは低く、ローエンド市場に主要なターゲットを置かざるをえない状況にある。これらの企業の製品の販売価格は、一般的に日本、韓国製より30～40%低いと推定されている。価格は日本、韓国、中国の順に低くなる。

基本的に販売は卸売業者を通して行われ、自社の専属ディーラーまたは専売店網を持つ企業はない。ほとんどは独立のディーラーまたは指定販売業者が販売流通と修理サービスを担当している。代表的な大型家電専門店・ディーラーとしては、Abenson, Automatic Appliances, Shoemat Appliances があげられる。個々の中規模以上の家電小売店では有力ブランド別にコーナーを設け展示する例が多い。消費者の購入の基準は、ハイエンドの場合は主にブランドであり、ローエンドの場合は価格である。しかし、そのいずれの場合でも大部分はクレジットが使われる。大型ディーラーはクレジットカード会社と提携して、年利1.5%または0%, 12回払いを謳い文句にして、モール等で展示販売フェアを開くことが多い。こうしたフェアではブース毎に日、米、欧、韓国、中国の有名ブランドがほぼ網羅される。

現在ではかつてとは違って、フィリピンで販売される家電製品の多くが輸入されている。2000年以降、AFTAの共通効果特惠関税スキームに基づいて家電製品の輸入関税が5%に引き下げられ、多くの家電企業がASEAN域内における生産拠点の再編、集約を実行した。ソニー、松下電器、LG Collins等を含む多くの企業は、生産拠点をフィリピンから他のより有利なASEAN域内に移転するか生産規模を縮小した。このため、テレビを組立生産してい

る企業数は、2001年の12社から2004年にはわずか3社に減ってしまった。家電製品の輸入が増加し、販売量に占める輸入製品の割合は、2001年から2003年の間に、3%から37%に急増した。2000年から2003年の間に、冷蔵庫の輸入は10.3倍、エアコンは3.1倍、洗濯機は3.0倍になった。

現在も家電製品を生産している主要企業は、シャープ、MEPCO、コンセプション、TCL Sunがあるにすぎない。多くの家電製品は輸入に依存し、家電企業の多くは生産企業ではなく、輸入販売会社になっている。

2. 低い中国製品のシェア

中国の家電企業のなかで最も早くフィリピンに進出したのは Konka Three Dragon Electronics (康佳) で、1998年のことである。以後、2000年までに Haier (海爾), Gree (格力), TCL および Chunlan (春蘭) の4社が続いた。このうち組立生産を行っているのは TCL だけで、他の4社は輸入・販売に従事している。Chunlan は不明だが、他の4社は60% フィリピン資本との合弁である。

ほかにも大手ブランドとしては Changhong (長虹), Midea (美的), Shinco (新科) 等の製品が売られている。さらに多くの中国製の無名ブランドが、主に VCD, DVD, 音響機器, 扇風機等の小物家電を中心に売られている。これらを含めて中国製品は、低品質とみなされ、台湾、シンガポール等からの輸入品と並んでローエンド市場を形成している。

Haier は2003年に営業を停止し、以後、地場の販売会社 (Continental Sales, Inc.) を独占総代理店として輸入・販売を行っている。同社は Midea 製品の販売業者でもある。

最も成功している企業は TCL Sun, Inc. で、同社は現地家電企業 Solid Laguna Corp. との合弁である。テレビにのみ集中する戦略をとり、低品質との消費者の認識を改善するため、唯一2年間の保証期間を提供し、現在は、自社の技術と買収した仏トムソン、米 RCA の先端技術の融合を「ハイブリ

ッド・テクノロジー」と称して宣伝し、ブランド・イメージの向上と定着を図っている。同社は、生き残っているテレビ生産企業3社のひとつである現地企業 Omni Logistics Corp. に委託してテレビの現地生産を行っている唯一の中国ブランドである。これはテレビの輸入関税が ASEAN 域内製品では5%であるのに対し域外では15%という不利な条件を回避するためであった。さらに、同社はコストを削減するためテレビの生産だけでなく、Omni 社に配送、修理サービスも委託している。4000～5000ペソの低価格帯のテレビも揃え、市場への浸透を図り、ここ数年人気の高まった輸入中古再生テレビの顧客層を取り込むことに成功した²⁰⁾。同社は進出から5年でテレビのシェアでは業界5位の地位を獲得するに至っている。2004年にはVTRとの世代交代で売れ筋のDVDプレーヤー、冷蔵庫の輸入販売を開始、冷蔵庫、エアコン等の白物家電、携帯PC、MP3プレーヤー等のデジタル家電など多様な製品を持ち込む拡大計画をもっている²¹⁾。

TCLと違い、Konka、Gree、Haierの業績は伸びず、Greeは3年連続で赤字を計上するなど芳しくない。その他のブランドの多くは系列の現地販売会社を持たず、いわば参入自由の輸入販売ディーラーを通じて販売されている。低価格だけが武器であり、ブランド・イメージも低い状態が続いている。

業界関係者によれば、フィリピンの家電市場には次のような特徴がある²²⁾。韓国ブランドではGoldstar、サムソン、LGが有力で、サムソンは宣伝に力を入れているが、LGが最も強力である。テレビはまだ曲面ブラウン管が多く、全体の65%を占める。TCLの場合、平面ブラウン管の比率は12～13%程度である。家電協会の会員企業のうち、中国ブランドのテレビのシェアは2004年1～8月ではTCL7万台、UNION2.2万台、TCLの合併相手であるSolid2万台、Konka7600台である。TCLのシェアは6～10%程度である。

以上のように、中国ブランドはフィリピン市場で地位を確立するに至っていない。TCLだけが明確な戦略によってローエンド市場で地位を確立しつつあるといえるが、他のブランドは戦略を欠いており、現状では発展の見込みはないといってよいであろう。

3. 家電製品の輸出入の現状

フィリピンでは家電部品の生産は限られているため、原材料・部品の約60%は輸入に依存していると推定されている。カラーテレビの場合、2003年には111万台が輸入され、そのうち日本からが24.6%、韓国29.6%、マレーシア12.1%、インドネシア13.5%で、中国からの輸入は6.6%、7.4万台に留まっている。TCLは現地組立であるので、TCLの販売台数にこの7.4万台を加えた台数、約15万台程度が、中国ブランドの販売台数の上限と推定される。カラーCRTの輸入は、同じく95.8万台で、インドネシア24.7%、マレーシア19.4%、韓国28.6%でASEAN域内からの輸入が51.1%と過半数を占め、これらはほとんどが日系企業の製品であるとみられる。中国からは8.7%、8.2万台で、ほぼTCLの生産台数と一致する。また、香港からも8.5万台が輸入されている。

他方、カラーテレビの輸出も、1998年の76.3万台をピークに2003年は45.7万台に減少しているが、欧米、中東、韓国向けに生産は継続されている。

その他、金額・数量が多い物としては、窓型エアコンがある。その輸入台数は2003年には18.1万台で、2001年の3倍以上に達し、増加が著しい。韓国からが22.5%であるほかは、中国が55.5%、香港が12.2%と中国製のシェアは過半を占める。他方、輸入を上回る台数・金額の輸出がある。2003年は20.3万台で、台湾向けが39.7%、香港向けが32.2%であった。

中国から輸入される家庭用冷蔵庫のシェアは小さい。2003年の輸入台数6.8万台のうち、中国からは1460台(2.2%)と非常に少なく、タイからが34.2%で、ブラジル、インド、韓国が10%台を占める。これに対して冷凍庫の輸入量は多く、チェスト型では2.2万台のうち49.2%を中国製が占める。他はイタリアが24.4%、ニュージーランドが13.4%と続く。

原材料・部品では中国からの輸入が増加している。テレビ部品では20.2%が中国、5.1%が香港からで、日本、シンガポールのシェアを浸食し、増加

している。VTR、CDの機構部品でも29.1%と高いシェアを占めている。

このように家電製品は完成品輸入が増加するなかで、中国はエアコン、冷蔵庫、部品の供給でシェアを確立しつつある。フィリピン市場に適合した着実な市場戦略をとり、ブランド・イメージを改善すれば、中期的にはフィリピン市場に浸透し、シェアを確立できる可能性は高いであろう。

第5節 新段階を迎えた対中関係

フィリピンは南沙諸島の領有権をめぐる中国と激しく対立してきたが、その一方で中国はフィリピンに対して経済援助を梃子に友好関係の構築と強化を進める政策をとってきた。2003年には国営企業による漁港拡張事業と北部ルソン鉄道建設事業に対する4.3億ドルの融資案件が合意され、中国側の提案で、南沙紛争地域外での石油の共同探査・開発が合意された。しかし他方でASEAN・中国 FTA 枠組み協定に基づくアーリー・ハーベスト・プログラム（EHP）では、農業をはじめとする多くの業界の反対にあい、中国とは対象品目をめぐって合意に至らず、フィリピンは不参加を決めた唯一の国となっていた。

政府は2003年10月以降、保護の要求を容れて多くの品目の関税を引き上げ、その他の保護手段を動員して産業界の反対の沈静化に努め、他方で中国側との交渉打開を模索してきた。こうした背景の下に行われた2004年9月初めのアロヨ大統領の訪中は、両国間の、経済のみならず政治関係に大きな転機をもたらした。中国側の譲歩によってEHP交渉は一転して合意にいたり²⁹⁾、フィリピンは11月29日にASEAN・中国 FTA 枠組み協定（ACFTA）の調印に臨むことができた。

中国はEHPの対象であるHS第1～8章の417品目（農産品）のほとんどについて関税引き下げを求めていたが、フィリピン側の主張に応じて200品目にとどめることに合意した。除外された約200品目は農業部門から保護の

要求のあった農産品を含む。中国側は従来、他の ASEAN 諸国が対象品目の約90%を EHP の対象にすることに合意しているとして200品目余の除外を拒否していた。200品目除外の代償として、フィリピンは HS 第1～8章以外の約40品目の製造品を開放することを提案し、中国側はこれらを相互ベースでフィリピンに開放することに合意した²⁴⁾。合意の結果、フィリピンは EHP に2005年初から参加すると報道された。しかし、実際にはその後も調整が続き、2005年4月27日、胡錦濤国家主席のフィリピン公式訪問時に、中国からの野菜輸入の障害とされる病虫害検疫の迅速な実施を条件に、ようやく最終合意の了解覚書に両国商務相が署名し、2006年初から両国間の EHP が実施されることになった²⁵⁾。

一方、フィリピンは、物品に関する ACFTA のセンシティブ・リスト品目として267品目を、高度センシティブ・リスト品目として77品目を提出した。前者には自動車部品や窓型エアコン、農産物等が、後者にはエチレンポリマー、塩ビポリマー等の石化製品、タマネギ、ニンジン等の生鮮野菜、米、および家禽類が含まれている。これらの選定基準は、現在 MFN 関税率が高い品目、業界の要請、中国からの輸入が大きい品目であったとされる。実際に、既述の問題品目がほとんど含まれているといってよい。この結果、フィリピンは EHP をノーマル・トラックとほぼ平行して実施することになった。フィリピンは他の ASEAN 諸国と足並みを揃えてスタートラインを踏み出すことができた。

他方では、経済界の大勢は中国との新たな関係の始まりを経済を立て直す好機として積極的に捉え直す方向に向かいつつある。中国政府は経済援助とインフラ事業、農業等への優遇ローンを伴う政府系企業の参加を梃子に、同時に EHP および FTA 交渉でフィリピン側に譲歩することによって経済・政治関係の強化を図った。フィリピン政府と経済界はこの譲歩によって当面の危機を回避し、時間的余裕を得ることができた。

アロヨ大統領の訪中以降、国内では対中輸出や投資に関する記事や会合が多くみられるようになり、政府は中国企業の投資誘致を積極的に開始してい

る。対中警戒感は少なくとも表面上は大きく後退したようにみえる。対中認識は、正面から対抗あるいは排除すべき競争相手から、先進工業国あるいは韓国、台湾等と同様に、投資ソース、有望な輸出先、新たな援助供与国へと大きく変化したともいえよう。

投資では中国の関心は、主に、供給不足あるいは需要の増加が見込まれる天然資源、ゴム、ココナツ副産品等の農産品に向けられ、たとえば銅、ニッケル、コバルト、マンガン、石油・ガス等で数社が13億ドルの投資を約束したとされ、現在交渉が進められている²⁶⁾。2004年12月にフィリピンの最高裁は外資による鉱業開発を合憲とする判決を下した。政府は鉱業を成長優先産業とすべく積極的に外資の誘致を進めている。しかしそれ以外では、中国企業にとってフィリピン市場は直接進出するには小規模であり、直接投資は当面は国内・輸出両市場が有望な製品に限られることになるう。

他方、フィリピン側は、優位性のある熱帯果実やココナツ油、ココナツ繊維等の輸出拡大を目指している。また、すでに中国に進出している企業が規模の拡大を進める一方で、新聞報道によれば新たに中国進出を検討する企業が増えているという。商工省は産業復活のため競争力のある産業として10の優先産業を指定し、国内企業への支援活動および外資誘致活動を展開している。これらは、建設資材、電子製品、食料品、贈答品・祭日装飾品、家庭用家具、IT・IT利用サービス、海産物、自動車部品、有機栽培・自然食品、ウェアラブル（革製品、履物、模造装身具、宝飾品、アクセサリ、帽子）で、大部分は労働集約または伝統産業であり、現在ではいわば隙間産業に分類されよう。既述の問題産業が立ち直り、これらの優先産業が成功するか否かは今後の政策展開と経済界の対応にかかっている。

おわりに

フィリピン経済は今や他の先行 ASEAN 諸国に比べ大きく立ち後れている。

これらの諸国でも国内産業の保護を要求する声はもちろん存在する。しかし、引き続く経済の不振は、産業の競争力の低下を招き、政治風土と相まって、フィリピンにおける保護要求を根強いものにするという一種の悪循環に陥っている。累積する巨額の財政赤字は、政府の経済政策の選択肢を狭め、政府は経済・投資環境を改善するための財源不足に悩まされている。

対フィリピン外国直接投資の不振に反映されているように、投資環境の悪化は多くの国際機関、民間調査機関の指摘を待たずともなく、フィリピン国内でもすでにしばしば指摘されてきたことである。インフラの不足をはじめとする政府の支援の不足、高い労働コスト、電力料金および輸送コスト、非効率な官僚組織、一貫性を欠いた経済政策等々は生産コストを引き上げ、国際競争力を引き下げてきた。

政府は、根強い保護要求に対し、これまでの ASEAN 諸国のなかでは比較的積極的に推進してきた自由化政策から後退し、窮状を訴える産業界に時間的猶予を認める政策に再び転換した。この間に競争力を回復するための合理化、近代化を実現できるか否かに、フィリピン経済の長期的展望がかかっている。

対処し、解決すべき問題は多く、多面的である。しかし、問題は中国の経済的進出の拡大という外的な理由によって生じたのではなく、国民経済の運営の失敗という内的な原因によって生じたものであり、資金面を除いて外からの支援に多くを期待することはできない。中国の WTO 加盟、ASEAN・中国 FTA の発足によって、危機的状況の表面化が早まったにすぎない。

2004年になってようやく、政府と民間は危機的状況を認識し、問題解決のために共同歩調をとるという合意が形成されつつある。いずれにしても、これをフィリピンにとって経済発展の最後の機会にしないために、政府と産業界は一致して、経済・投資環境の改善に取り組むほかはない。

〔注〕

(1) ここでは長期のデータが得られる中央銀行の国際収支基準による貿易統計

を使用した。次節以降で使用する通関統計では詳細な品目別データは得られるが、過去10年を超える長期データが得られないためである。

- (2) 本章では、HS コード分類による詳細なフィリピンの貿易統計が入手できないため、フィリピン独自の貿易分類である Philippine Standard Commodity Classification (PSCC) による貿易統計を使用した。
- (3) Steve Cua, President, Philippine Amalgamated Supermarket Association とのインタビューによる (2004年10月22日)。
- (4) フィリピンでは数種類の内容の異なる FDI 統計が公表されている。ここでは IMF の国際収支統計マニュアルに準拠する中央銀行登録 FDI 統計と政府の投資関係機関 (Board of Investments [BOI], Philippine Economic Zone Authority [PEZA], Subic Bay Metropolitan Authority [SBMA], Clark Development Corporation [CDC]) のデータを総合した直接投資承認額の統計を使用する。後者は実行額ではなく、当該機関によって承認された約束額である。また、フィリピンでは対外 FDI の包括的な統計は公表されていない。
- (5) 投資奨励措置を受けないため投資関係機関に登録していない外国企業、合併企業については証券取引委員会 (SEC) の登録データを利用するほかにないが、SEC ではデータベースが未整備なため現実的には利用は困難である。そのためここではこの種の中国企業については扱わなかった。
- (6) *Business World*, October 12, 2004.
- (7) *Business World*, April 16 and August 27, 2004.
- (8) *Business World*, February 9 and 18, and August 17, 2004.
- (9) *Business World*, May 5, 2004.
- (10) *Business World*, October 22, 2004.
- (11) *Business World*, January 14 and April 29, 2004.
- (12) *Business World*, December 14, 2004.
- (13) *Business World*, March 24, 2004.
- (14) *Business World*, March 30, 2004.
- (15) *Business World*, October 15 and December 20, 2004.
- (16) *Business World*, February 6, 2004.
- (17) *Business World*, October 1 and December 10, 2004.
- (18) *Business World*, October 11, 2004.
- (19) *Business World*, February 3, 2004.
- (20) 以上の叙述については、本研究会の海外共同研究者の提出論文 (D. Villacin and G. Tecson, "Trade, Investment and Economic Cooperation between China and the Philippines," IDE, 2005) を参照。
- (21) *Business World*, September 13, 2004.
- (22) JVC (Philippines), Inc. の横川社長とのインタビューに基づく (2004年10月

22日)。

- (23) *Business World*, September 13, 2004.
- (24) *Business World*, September 13, 2004.
- (25) *Business World*, April 27, 2005.
- (26) *Business World*, February 3, 2005.